

Pressemitteilung

Meetrics erhält MRC-Akkreditierung für Sophisticated Fraud Detection sowie für Mobile Web- und In-App-Viewability-Messungen

Berlin, 26. Oktober 2017 – Der Berliner Ad Verification Anbieter Meetrics hat vom Media Rating Council (MRC) die Akkreditierung für zusätzliche Messfunktionen erhalten. Für die Entwicklung einer Lösung zum Erkennen und Verhindern von Ad Fraud als zunehmende Bedrohung für Kampagnen erhält Meetrics die MRC Akkreditierung *“Sophisticated Invalid Traffic detection and filtration functionality for Desktop & Mobile Web traffic.”* Die bereits bestehende MRC-Akkreditierung von Meetrics für die Messung von Desktop Viewable Impressions und zugehörigen Sichtbarkeitsmesswerten für Display- und Video Ads wurde verlängert und auf die Viewability Messungen für Mobile und In-App erweitert.

„Seit fast einem Jahrzehnt vertrauen Werbetreibende auf die Technologien und Daten von Meetrics, um fundierte Entscheidungen zu treffen, wie man digitale Marketingbudgets auf die effektivste Weise investiert“, sagt Philipp von Hilgers, Mitgründer und Geschäftsführer von Meetrics. „Die zusätzlichen Akkreditierungen stellen einen neuen Meilenstein dar. Werbetreibende fordern den höchstmöglichen Standard und der strenge Überprüfungsprozess des MRC ist ein Beweis für die Zuverlässigkeit der Ad Attention Suite von Meetrics für diese akkreditierten Metriken.“

Die Ad Attention Manager Suite von Meetrics vereint vier leistungsstarke Komponenten, um die Qualität von Anzeigen zu verwalten: Viewability Check, Ad Fraud Prevention, Audience Measurement und Brand Safety.

„Wir gratulieren Meetrics, dass sie den strengen Anforderungen für den Erhalt der MRC-Akkreditierung für Sophisticated Fraud Detection sowie für Mobile Web- und In-App-Viewability-Messungen erfolgreich entsprechen konnten“, sagt George W. Ivie, Executive Director und CEO des MRC. „Durch die Akkreditierung von Meetrics für die SIVT-Erkennung und -Filterung in Desktop- und Mobile Web Umgebungen gehören sie jetzt zur Gruppe der Branchenführer im Ad Verification Bereich, welche die Akkreditierung für diese Messungen bereits erhalten haben.“

Über Meetrics

Meetrics wurde 2008 gegründet und bietet innovative Lösungen an, um die Qualität des Online Marketings zu verbessern und Transparenz sowie Effizienz des Online-Werbemarkts zu steigern. Meetrics ermöglicht die Messung der Sichtbarkeit von Online Ads und somit die Kontrolle über Werbeumfelder. Zudem können Werbetreibende Informationen über den Erfolg der Kampagne in der eigenen Zielgruppe erhalten und vor betrügerischen Werbeplatzierungen (Fraud) geschützt werden. Meetrics verfügt als erstes europäisches Unternehmen über die Akkreditierung des relevantesten Industriegremiums, das MRC, für Sophisticated Fraud Detection sowie für Mobile Web- und In-App-Viewability-Messungen. Zudem wurde Meetrics durch das ABC/JICWEBS-Komitee zertifiziert und unterstützt die Viewability-Initiativen von BVDW, CESP und IAB Austria. Weltweit führende Unternehmen wie L'Oréal, General Motors, Beiersdorf oder Ferrero vertrauen auf Meetrics' Produkte und Services. Wenn es um die Optimierung von digitalem Medieninventar geht, setzen zudem renommierte Vermarkter wie AOL, Condé Nast, RTL und Sanoma auf Meetrics' langjährige Erfahrung. Vor kurzem konnte Meetrics als erstes europäisches Ad Verification Unternehmen die Partnerschaft mit Facebook verkünden. Zukünftig kann somit die Sichtbarkeit von Ads im größten sozialen Netzwerk neutral gemessen werden.

Bei Rückfragen und für weitere Informationen kontaktieren Sie gerne:

Friederike Pries
Marketing und PR Manager, Meetrics GmbH

+49 30 609 8464 77

friederike.pries@meetrics.com

www.meetrics.com